

ABSTRAK

Strategi re-branding adalah membranding ulang suatu perusahaan baik dari tampilan visual maupun manajemen internal. Abankirenk Creative merupakan pionir perusahaan buku tahunan di Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi *re-branding* Abankirenk Creative dalam upaya membangun citra perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Teori yang digunakan adalah teori plans and goal. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melalui wawancara mendalam dan observasi. Peneliti ingin meneliti tentang menurunnya citra Abankirenk Creative yang menurun karena adanya keterlambatan distribusi buku tahunan. Wawancara yang dilakukan melalui tiga narasumber yang berbeda untuk mendapatkan informasi dan memudahkan peneliti untuk memahami hal yang diteliti. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa strategi re-branding yang dilakukan oleh Abankirenk Creative dalam upaya membangun citra perusahaan antara lain dengan memberikan pelayanan yang baru dan melakukan pendekatan personal dalam melakukan kegiatan re-branding. Memberikan event eksternal dan melakukan pendekatan persuasif merupakan salah satu usaha Abankirenk Creative untuk bisa lebih dekat dengan calon client, sehingga antara perusahaan dan client menjadi tidak ada jarak satu sama lain sehingga membuat client menjadi lebih nyaman. Kenyamanan yang ditawarkan ini membuat client merasa senang dalam pembuatan buku tahunan sekolah di Abankirenk Creative.

Kata Kunci: *Re-branding*, Branding, Citra, Abankirenk Creative

ABSTRACT

Re-branding strategy is to create a company re branding both the visual appearance and internal management, with the aim of invigorating the company or improve the image. The purpose of this study is to describe the strategy of re-branding Creative Abankirenk in an effort to establish a corporate image. This study uses descriptive qualitative research. The theory used is the theory of plans and goals. Data collection techniques used is through in-depth interviews and observation. Interviews were conducted through three different sources to get information and facilitate researchers to understand the case is being investigated. The results of this study stated that the re-branding strategy undertaken by Creative Abankirenk in an effort to establish a corporate image, among others by providing new services and personal approach in conducting the re-branding. New services and products more attractive also be a re-branding strategy in building the company's image. Providing an external event and a persuasive approach is one of the Creative Abankirenk effort to get closer to the prospective client, so that the firm and its clients be no distance from each other so as to make the client more comfortable. The comfort offered make clients feel happy in the manufacture of high school yearbook in Abankirenk Creative.

Keywords: Re-branding, branding, image, Abankirenk Creative